

OnlineDurchbruch 2

Kongress



Notizen und
Aufgaben zum
Kongress-
Interview

Jyotima Flak



TIKTOK ALS MARKETING-KANAL FÜR DEIN BUSINESS

TikTok verbinden viele Menschen mit Tanz- und Lipsync-Videos. Doch es gibt auch seriöse Inhalte auf TikTok. Beispielsweise stellt Herr Anwalt Kurzvideos zu juristischen Themen ein und ebenso kannst sicher auch Du Dein Thema in 60 Sekunden präsentieren.

Das Interessante an TikTok ist, dass der Algorithmus Inhalts-basiert ist. Das heißt, dass es nicht in erster Linie darauf ankommt, wie viele Follower und/oder Likes du hast, sondern welche Inhalte Du produzierst und wie die ankommen. Wenn Du einen Nerv triffst, kann es Dir auch als absolutem Neuling auf der Plattform gelingen, 500.000 Menschen und mehr gezeigt zu werden.

Auch andere Plattformen haben das Grundprinzip der TikTok-Videos übernommen. So gibt es auf Instagram beispielsweise die Reels oder auf YouTube die Shorts. Am Besten nimmst Du deshalb Deine Videos extern auf und kannst sie dann auf mehreren Plattformen gleichzeitig nutzen.

Ein gutes TikTok-Video kommt möglichst schnell auf den Punkt. Auch wenn es inzwischen möglich ist, bis zu drei Minuten aufzunehmen, so ist die beste Dauer für den Algorithmus zwischen 15 und 28 Sekunden. Lass alles weg, was nicht 100%ig relevant ist und spreche ruhig auch schneller!

Auch wenn die ersten Videos kein Mega-Erfolg sind, so solltest Du dran bleiben. Zum einen ist die erste Woche auf TikTok wichtig, da Dich der Algorithmus hier besonders pusht. Zum anderen solltest Du mindestens mal 30 Videos gepostet haben um mehr Reichweite zu erhalten.

TikTok Deutschland empfiehlt 3 bis 5 Videos pro Woche, damit Dich der Algorithmus mag. Du musst also nicht jeden Tag mehrfach posten um Reichweite zu erhalten, wie viele Menschen denken. Viel entscheidender ist die Regelmäßigkeit, mit der Du auf TikTok postest.



TIKTOK ALS MARKETING-KANAL FÜR DEIN BUSINESS

Achte darauf, dass Dein Content auf TikTok Evergreen-Content sein sollte. Denn manchmal kann es etwas dauern, bis ein Video Reichweite bekommt oder gar viral geht. Deshalb sollte Dein Video auch in sechs Monaten noch relevant sein.

Auf TikTok wirst Du Format-bedingt kaum ein Hochpreis-Coaching für 12.000€ verkaufen. Deshalb solltest Du einen professionellen Funnel mit einem Tripwire-Angebot haben und dies in Deinen Videos verlinken. Du kannst Die Leute auch auf andere Kanäle einladen, auf denen es dann ausführlicheren Content gibt.

ACTION STEPS FÜR DURCHSTARTER:

- Mach Dir ein Konzept! Worüber willst Du sprechen? Denke dabei daran: Less is more!
- Erstelle ein kostengünstiges Kennenlern-Angebot (Tripwire) und setze einen Upsell-Funnel hinten dran!
- Erstelle 100 Content-Pieces (z.B. TikTok-Videos) und lade darin zum Tripwire ein!



PRAXIS AUFGABEN

*TikTok als
Marketing-Kanal
für Dein Business*



PRAXIS-AUFGABEN

TIKTOK ALS MARKETING-KANAL FÜR DEIN BUSINESS

1.) Was könnte Dein kostengünstiges Angebot sein? Welches Mini-Produkt für 7 - 19 Euro kannst Du zum Einstieg anbieten?

2.) Mach eine Liste mit 100 Themen rund um Dein Angebot! Welche Inhalte können in sehr kurzen Videos vermittelt werden?

